

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, promosi dan tempat terhadap volume penjualan produk *Frozen Food* PT. Kelola Mina Laut (KML *FOOD*) di Gresik. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat umum yang pernah membeli produk *Frozen Food* PT. Kelola Mina Laut (KML *FOOD*) dengan sampel total 100 pelanggan. Metode pengambilan sampel menggunakan *non probability sample* dengan teknik *purposive sample* dengan kriteria *sample* yang setidaknya membeli produk sebanyak 2 kali dan usia minimal 17 tahun, dengan asumsi pelanggan memiliki kesadaran dalam memilih produk.

Hasil uji parsial menunjukkan produk, harga, promosi dan tempat terhadap volume penjualan produk *Frozen Food* PT. Kelola Mina Laut (KML *FOOD*) di Gresik adalah signifikan. Kondisi ini ditunjukkan dengan perolehan signifikansi masing-masing variabel bebas kurang dari $\alpha = 5\%$.

Hasil pengujian secara simultan menunjukkan pengaruh yang digunakan sebagai model penelitian bersama – sama terhadap volume penjualan produk *Frozen Food* PT. Kelola Mina Laut (KML *FOOD*) di Gresik adalah signifikan. Hal ini didukung oleh hasil koefisien korelasi sebesar 88,7% menunjukkan hubungan yang sangat erat antara variabel bebas secara bersama – sama terhadap volume penjualan produk *Frozen Food* PT. Kelola Mina Laut (KML *FOOD*) di Gresik.

Kata kunci: Bauran Pemasaran Dan Volume Penjualan.

ABSTRACT

This research is aimed to find out the influence of mixed marketing which consists of product, price, promotion and place on sales volume of PT. Kelola Mina Laut (KML FOOD) frozen food products in Gresik. The population is the public that has ever bought frozen food product of PT. Kelola Mina Laut (KML FOOD) and the total samples are 100 customers. The sampling method has been done by using non-probability sample by an purposive sample and the sample criteria is the customer who has ever bought a product at least twice and minimum age at 17 years old, by assuming that the customers have the awareness in selecting products.

The result of partial test shows that product, price, promotion and place on products sales volume of frozen food by PT Kelola Mina Laut (KML FOOD) in Gresik are significant. This condition is indicated by the acquisition of significance of each independent variable is less than $\alpha = 5\%$.

The result of the test simultaneously shows the influence which has been used as a joint research model to the sales volume of Frozen Food product of PT. Kelola Mina Laut (KML FOOD) in Gresik is significant. This is supported by the correlation coefficient of 88.7% which indicates the correlation among independent variables to the sales volume of Frozen Food products of PT. Kelola Mina Laut (KML FOOD) in Gresik is firm.

Keywords: Marketing mix and Sales volume.